

悖愛：從臺灣兩性暢銷書看親密關係的轉變

李根芳*

一、兩性關係暢銷書的生產與消費

書籍做為一項傳遞知識、保存歷史的工具，在人類文明史上扮演了不可或缺的角色。隨著大眾媒體興起、大量印刷生產日益普及，知識上的革命使得人類文明更加迅速發展，也帶來了更多溝通交流的管道。然而，出版業受到資本主義經濟邏輯的影響，業者藉由書籍的高銷售量獲得龐大利潤，書籍不再單純只是文化知識的載體，更是有利可圖的「商品」，「暢銷書」就是在這樣的環境下應運而生的一種書籍「類別」。英國學者約翰·薩澤蘭(John Sutherland)指出，就英文原意而言，bestsellers是「賣得最好的書」，但這個詞顯然大有問題，既然best是比較級裡的最高級，那麼照理應該只有獨一無二的一本，也許是《聖經》或是《莎士比亞全集》，但是每週我們看到的排行榜上暢銷書卻是分門別類，至少有數十本之多¹。他認為較為合適的說法應該是「賣得較好的書」(better sellers)、或是在某段時間內「銷售量最快的書」(fast sellers)，但這看似謬誤的名稱自1889年美國堪薩斯市的《堪薩斯時代星報》(*The Kansas Times & Star*)最早使用，之後由《出版家週刊》(*The Publishers Weekly*)、《紐約時報》(*New York Times*)沿用至今²，後兩者的暢銷書排行榜更成為美國目前最具權威的出版指標，也是全球出版發行的參考風向球。

* 國立臺灣師範大學翻譯研究所副教授

¹ John Sutherland, *Bestsellers: A Very Short Introduction* (Oxford: Oxford UP, 2007), p.17.

² 參見“bestseller”條目，URL=<http://en.wikipedia.org/wiki/Bestseller>。(2012/3/15 瀏覽)

最早的暢銷書僅以小說入榜，但自 1912 年起《出版家週刊》增列非小說項目，第一次出現在非小說類暢銷書排行榜的作品包括個人傳記、史地介紹，以及勵志書籍（self-help）³。雖然有人說，《聖經》應該是史上第一本勵志書⁴，不過，嚴格說來，最早在暢銷書排行榜締造佳績的勵志書應該是阿諾德·班內特（Arnold Bennett）的《如何充實度過二十四小時的一天》（*How to Live on Twenty-four Hours a Day*），這本書出版於 1910 年，1912 年在《出版家週刊》非小說類排行榜上名列第八，從此勵志書籍在美國出版界的地位便與日俱增，且內容也愈益多樣化。

過去學者對這類書籍多半嗤之以鼻，但近十餘年來，愈來愈多學者投入相關研究⁵，美國學者蜜琪·麥克吉（Micki McGee）在《自助股份有限公司：美國生活的改造文化》（*Self-Help, Inc.: Makeover Culture in American Life*, 2005）一書裡指出，美國文化受到早期英格蘭新教徒移民的影響，有很強烈的自我約束、自我改進的驅力，這樣的驅力反映在出版界，便是帶有濃厚啓發勵志意義的作品自成一個類別，據美國「市場資訊企業」（Marketdata Enterprises）統計，光是 2005 年一年這類書籍就創造成 6 億 9300 萬美元的產值，而且預估成長率為每年 8.3%。⁶由此可見，勵志類暢銷書無論是做為一種文化產品（cultural product）、或是商品（commodity），其影響力確實不容小覷。

³ 一般將英文“self-help”譯成「自助」，在此權且譯成「勵志」，但是在有關經營親密關係或提供指南、解答困惑的書籍也放在這個類別下，其內容未必是順應體制，有時也提供批評觀點。

⁴ Micki McGee, *Self-Help, Inc.: Makeover Culture in American Life* (Oxford: Oxford UP, 2005), p. 5.

⁵ 參見 Steven Starker, *Oracle at the Supermarket: the American Preoccupation with Self-help Books* (New Brunswick: Transaction, 1989/2009); Wendy Simonds, *Women and Self-Help Culture: Reading between the Lines* (New Brunswick, NJ.: Rutgers UP, 1992); Micki McGee, *Self-Help, Inc.: Makeover Culture in American Life* (Oxford: Oxford UP, 2005); Eva Illouz, *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help* (Oxford: Oxford UP, 2008).

⁶ 〈媒體發佈通訊〉(Press Release Newswire), September 21, 2006, URL=<http://www.prwebdirect.com/releases/2006/9/prweb440011.htm>, 轉引自 <http://answers.google.com/answers/threadview/id/786161.html>。(2012/3/15 瀏覽)

以自助勵志作品做為一個類別，底下又可細分為事業經營、個人成長、健康／瘦身、兩性關係等次文類。麥克吉認為，各類改善自我的作品其出發點皆在於，讀者因為能力不足，無論是美容美體、健康財富、工作或性對象的挑選、婚姻幸福或某類專門知識，靠著閱讀這類書籍所提供的最佳解答，便可以提昇自我，獲得更美好的人生（McGee, 2005: 18）。但追根究柢來看，難道所有書籍不都隱含了這種可能的目標嗎？當然小說或許不是那麼直接，但同樣有可能抱著類似目標：指引讀者找到更好的人生，對生命有更深刻的體會？為什麼要讀書？書籍做為一種文化產品，是否早就內建了某種價值？只不過在現今資本主義邏輯主導一切的世界裡，任何東西都具備潛在的消費價值，書籍做為一項商品，在市場行銷包裝之下，同樣有無限的商機。出版界當然不能錯失把文化產品當作一門好生意來經營，因此書籍做為一項文化產品，也絕對是文化商品。

我們看電視、健身、購物、旅行，把這些活動當做是休閒，同時也可能是一種逃避——脫離日常生活的一成不變，閱讀做為一種休閒活動，不僅滿足我們增加知識、經營自我的需求，同時又何嘗不是提供了某種遁逃的路徑、某種夢想的可想，讓我們相信在「自助努力」之下，一個更美好的未來（不論是財富管理、身心靈提昇、性愛技巧或是品酒嘗美食等）就在閱讀之後等著我們。

美國做為此文類的出版先驅，其影響力無遠弗屆。有不少論者已指出，勵志書籍是美國文化非常重要的一環，它反映出人們普遍的追求與變動的社會需求。⁷本論文主要關注的焦點在於親密關係的勵志書籍，因此不擬觸及勵志書籍的其他次文類。探究此類書籍的發展可以發現，有關兩性關係的暢銷書大量出版蔚為風潮，應該是 1960 年之後的事⁸。

⁷ Paul Lichterman, "Self-Help Reading as Thin Culture," *Media, Culture and Society* 14, No. 3 (1992): 421-47; Sandra K. Dolby, *Self-Help Books: Why Americans Keep Reading Them* (Urbana & Chicago: U of Illinois P, 2005); Micki McGee, *Self-Help, Inc.: Makeover Culture in American Life* (Oxford: Oxford UP, 2005) 即為相關代表著作。

⁸ Eva Illouz, *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help* (Oxford: Oxford UP, 2008), pp. 105-51.

兩性關係的勵志類書籍在六〇年代之後大量興起，顯然與女權高漲，女性對於自己的性別角色感到不確定，加上傳統核心家庭在社會變遷下面臨急遽挑戰不無關係。過去，傳統的女性相夫教子，負責灑掃煮飯等，主要扮演的是照顧者角色，隨著女性走進職場，面對的挑戰和所需要扮演的角色更加複雜多元，這時兩性關係的勵志書籍便成為最佳指南。

而這類書籍更大量運用心理學及心理諮商語言，以建立某種專業口吻，幫助個人改善自我或處理問題。以色列籍社會學家依娃·伊露茲(Eva Illouz)在《拯救現代靈魂》(*Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*)指出，

藉由心理治療語言來討論家庭，有其得天獨厚之處：不僅因為這種語言是應家庭社會轉變而生，同時心理治療一開始即源自於從家庭敘事，也就是說，自我與身份認同的敘事，向來脫離不了童年及原初的家庭關係。(Illouz, 2008: 105)

她認為美國文化充斥著心理治療的語言，到了六〇年代之後更與女性主義論述相輔相成，在人格養成、性別角色、家庭關係的相關討論裡，均可見到心理治療所使用的語彙，即便一般人未必負擔得起找心理醫生的諮商費用，在書店裡隨手可得的兩性關係勵志暢銷書，絕對可以填補大部分讀者的空虛、焦慮或不確定。(Illouz, 2008: 124)

當然兩性關係暢銷書一開始或許以女性讀者為主要對象，但隨著社會改變，男性也被要求負起更多情感上的支持與責任，他們必須學習傾聽及表達內在情感。此外，消費文化亦重新定義一個良好的婚姻關係是兩人有共同興趣和品味 (Illouz, 2008: 109)，如果兩人不能配合，就會影響婚姻品質，必須學習協商適應彼此的差異，盡可能一切同步。因此，晚近的兩性關係暢銷書便以兩人相處的教戰手冊自居，不再只是針對女性的需求而已。

就臺灣的出版情況而言，無論是大量引自國外，或是由本地作家創作，這類書籍蔚為風潮，也都是近二、三十年間的事。過去雖然也有譯自 1972 年美國暢銷書的《開放的婚姻》(*Open Marriage*) (中譯本 1974

年出版，長賣二十餘年⁹)，或是女性作家在婦女雜誌上撰寫專欄，回答女性有關親密關係或婚姻等問題的書籍面世（如《葉曼隨筆》〔1963〕、《葉曼信箱》〔1979〕），但因彼時出版業仍未真正資本主義化，這類書籍也還構不上是一個獨立的類別。此外，兩性相處與家庭議題面臨較大的衝擊，與經濟型態改變，女性教育程度提高及進入職場比例提昇等，都有很大的關係，因此八、九〇年代這類書籍才開始蓬勃發展。時至今日，出版業從生產到包裝行銷及銷售，無不依循著資本主義的生產模式進行，諸如出版公司包裝作家、打造品牌概念，推動各類書系以區隔不同消費者／讀者，以及大型綜合連鎖書店的成立，再加上這類書籍市場愈來愈大，各大書局的書籍分類早已經將這類書籍列為「兩性／婚姻」或「家庭／兩性」類，而兩性專家更是活躍於各類媒體之間給予建言。例如作品以兩性關係及勵志為主的作家吳淡如，便曾經連續五年獲得臺灣金石堂最佳暢銷女作家第一名，同時也進軍電視、廣播媒體，主持兩性相關節目。

二、兩性暢銷書與親密關係的轉變

事實上，當代社會學家如紀登斯（Anthony Giddens）、貝克夫婦（Ulrich Beck & Elisabeth Beck-Gernsheim）早在九〇年代初即分別探討了現代社會結構的改變，已急遽地影響現代家庭制度，也挑戰了我們傳統以來對親密關係的定義與了解。應運而生的各類「兩性勵志」書籍，也在不同階段反映出社會變遷與性別角色調整的各式風貌。

紀登斯的《親密關係的轉變：現代社會的性、愛、慾》（*The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love, and Eroticism in Modern Societies*）於1992年問世，他從通俗作品及兩性勵志書籍切入，對於親

⁹ 這本暢銷書是由美國夫妻檔 George and Nena O'Neill 共同撰寫，受到六〇、七〇年代婦女解放運動影響，這本書對於兩性平等及婚姻關係提供人類學觀察及相處指南，自問世後即在《紐約時報》暢銷書排行榜上締造佳績，入榜四十餘週，迄今長銷不輟，被譯成十四種語言，賣出超過 3500 萬冊。在臺灣的中譯本最新出版是 1997 年遠流出版社的二版二刷。

密關係的轉變與更深層的社會結構變遷之間的關連，抱持著樂觀的看法。他觀察當前兩性關係的逐漸開放與同志情欲的自由流動，認為以個別主體自主平等為基礎、且具有反思性的「純粹關係」，是轉變中親密關係的正面發展。貝克夫婦的《愛情常混亂》(*The Normal Chaos of Love*) 德文原著於 1990 年出版，1995 年發行英文版。他們更加強調的是現代工業化社會與消費文化追求開發進步，核心家庭成了工業化資本主義社會能夠維繫的一大支柱，隨著女性進入就業市場，過去傳統的性別分工受到挑戰，但不容否認的是，女性仍然是各種照顧、看護的主要提供者，因此性別分工不均，加上勞動市場仍有重男輕女的傾向，使得許多女性不願走入家庭，或是亟於脫離家庭、以尋求自我，因此也急遽地改變了現代工業社會對家庭的定義。這兩部著作都試圖解析在當代消費社會下，現代人如何兼顧個人自由／自主性與親密關係，也都開啓了後繼者熱烈的討論，與更進一步的相關研究¹⁰。

美國社會學家霍奇斯切爾德 (Arlie Russell Hochschild) 同樣看到社會變遷對家庭制度、女性角色及親密關係的影響，但她更關注的是資本主義體系如何滲入私領域，從而規訓個人情感生活，以順應多變的當代社會。她以 1970-1990 年代出版的兩性關係勵志書籍為分析對象，討論這類暢銷書作家如何扮演情感投資諮詢顧問的角色，提供讀者做出「合適的情感投資」。她認為韋伯 (Max Weber) 所描述的清教徒藉由資本主義精神，逃脫教會的勢力牢籠，清教徒倫理與資本主義締造出當今美國社會的價值觀；同理，女性主義逃離了社會運動的局限，與親密關係商業化精神相結合，打造出兩性關係勵志暢銷書及其相關產業的廣大市場。霍奇斯切爾德並歸結出，早期這類作品對於女性的規範與父權體制相互唱和，大多勸誡女性善守「本份」，以維繫和諧家庭為前提，較晚

¹⁰ 英國社會學家瑪麗·伊凡斯 (Mary Evans)、琳·傑米森 (Lynn Jamieson) 等均曾撰文批評紀登斯或貝克夫婦論述的不足之處。

期的作品則呼應婦運之後的主張，強調女性自主與親密關係中如何追求兩性平等¹¹。

比較值得注意的是，在商業文化主導的條件下，資本主義體系有效地挪用了女性主義的主張，或者說，親密關係的商業精神成功地吸取資本主義的精髓，女性和男性應該要平起平坐，對情感的需求亦無分軒輊。資本主義相信自我約束規範，就可以累積財富，獲致成功，那麼女性只要方法得當，就可以「擁有一切」：曼妙身材、青春美麗、以及人人稱羨的親密關係。勵志書把女性追求自主與平等的概念與男性理性控制、管理的模式相結合，於是親密關係也可以透過自制自律、理性溝通來達成，如果無效，那是個人方法不對，或是自我要求不夠嚴謹（Hochschild, 1994: 13-14）。

霍奇斯切爾德更進一步地解釋，基本上九〇年代的兩性關係暢銷書把 1950 年代白人中產階級男性的愛情原則當做是標準，值得兩性奉行：不要把愛情看得太重、性與愛是可以分開的、不要太早談戀愛（經濟獨立最重要）、偶爾外遇也無妨（Hochschild, 1994: 17-18）。即使《男女大不同》（*Men are from Mars, Women are from Venus*）的約翰·葛瑞（John Gray）誇大男女之間性別差異，宣揚較傳統的兩性關係互動，隱隱然呈現一波反動勢力，但是基本上，九〇年代以後的兩性關係勵志暢銷書展現的是「文化酷炫」（cultural cooling）。她在結論追問，這是否是目前最好的選擇？對於兩性相處是否還有其他更好的選擇或建議？（Hochschild, 1994: 19）

另一位美國學者蘿拉·吉普妮斯（Laura Kipnis）在 2003 年出版的專著《悖愛》（*Against Love: A Polemic*）（臺灣出版譯名《反對愛情：那些外遇者教我的事》）裡，討論現代親密關係與資本主義經濟邏輯的相通性，和前述幾位學者的看法有相通之處。她指出：「一夫一妻制變成是勞動，慾望由契約來組織，帳務和忠實好比是勞工付出的勞動，婚姻

¹¹ Arlie Russell Hochschild, "The Commercial Spirit of Intimate Life and Abduction of Feminism: Signs from Women's Advice Books," in *Theory, Culture and Society* Vol. 11, No. 2 (1994): 2.

如同家庭工廠，透過嚴格的生產區紀律來管理，使得所有的妻子丈夫、家庭伴侶，都被現有的機制緊緊綁住。」¹²如果你的親密關係出了問題，那一定是你的努力不夠、方法不對，所以無法有效率地維持良好關係。為了解決問題，於是有所謂的「愛情政權維和部隊」，心理諮商與治療就是應運而生的新興產業，此外還有以文化包裝的各種娛樂工業——電影、小說、廣告、情歌，用天羅地網來強化「真愛唯一，親密關係要靠努力」的想法，更別提國家機器和工廠企業用各種以一夫一妻制為基礎的福利制度，來誘使雇員接受這樣的邏輯思考，相信這才是唯一王道。這樣一種對愛的信念與堅持，和現代工業社會強調效率、工作倫理，其實是相輔相成的。

她援用了傅柯 (Michel Foucault)「規訓」的概念，強調資本主義工業社會利用「圓形監獄」的邏輯，將專偶制「愛情」歌頌包裝成至高無上的美德與幸福，因此國家機器不需要處處站崗、時時設防，卻能達到無時無刻不在監督人民的目的。我們對於工作上的表現、和親密伴侶之間的關係，都可以「努力」來達成希冀的目標，如前所述，如果表現不盡如意、關係不盡美好，那就是我們努力不夠。除了國家對婚姻關係的規範制約外，現代美國社會也透過各種兩性關係暢銷書、心理諮商，甚至是脫口秀節目，對人們進行監督與輔導。

從上述幾位學者的研究可以看出，以英文出版的兩性關係暢銷書確實自成類型，擁有廣大的市場，而數十年來隨著社會變遷，這類書籍所刻劃的女性形象或是對親密關係的建議忠告，也隨之有了改變。近二十年來的相關學術研究分別從社會學及文化史的角度提出觀察與批判。反觀臺灣在這方面的出版雖然也有愈來愈蓬勃發展的趨勢，但是相關學術論著幾乎可說是付之闕如。無論是學術期刊論文或學位論文，對於暢銷書的討論幾乎只局限於出版行銷層面，至於暢銷書的各種不同次文類迄今仍是乏人關注的課題。這些學者的研究雖然主要以美國的兩性暢銷書

¹² 蘿拉·吉普妮斯 (Laura Kipnis) 著，李根芳譯，《反對愛情：那些外遇者教我的事》(臺北：行人，2010)，頁 25。

為分析對象，但考量到臺灣有大量的暢銷書是翻譯自美國，加上近數十年來性別角色、家庭制度與親密關係也隨著社會變遷而產生很大的變化，在許多方面與美國兩性暢銷書所勾勒的情況都有不謀而合之處。因此，本論文試圖藉由這些相關討論來檢視臺灣這類暢銷書的發展，一探其與親密關係轉變的關連性。以下便以臺灣數十年來兩性關係勵志書籍的發展做進一步的個案分析。

三、臺灣兩性關係勵志暢銷書的發展

由於臺灣最早、歷史最悠久的暢銷書排行榜是由金石堂書店所建立的，因此本文便以金石堂的暢銷書排行榜為依據，挑選自 1983 年迄今最具代表性的兩性關係勵志暢銷書，探討這些作品如何隨著社會的變遷與脈動，對通俗讀者提供有關親密關係的建議，特別是他們對婚姻及外遇的看法，一方面藉此可以勾勒出近三十年來此類書籍的消長變化，一方面也試圖探究這些作品如何反映社會變遷、家庭結構改變的面貌。此處需加以說明的是，臺灣的出版市場除了本土作家作品外，翻譯作品也不在少數，不過若以兩性關係暢銷書為類別，真正擠進排行榜單內的外國翻譯作品其實相當有限，筆者曾在他處討論此類型的翻譯作品（李根芳，2010），因此此處將重點放在本土作家，著眼於其價值觀如何呼應時代的轉變。

不可否認的是，兩性關係暢銷書確實在現代社會裡成爲一種重要的通俗文類，即便女性主義運動使女性在各方面都有積極的表現與更多的參與，也使一般讀者更公開坦然地去看性傾向與情慾等議題，但是一旦涉及「專偶制」、「婚姻」關係，媒體輿論似乎仍然有強烈的道德約束力量，破壞家庭的「第三者」往往也是千夫所指的眾矢之的。因此以下的討論除了分析兩性關係暢銷書外，也將從這類作品對情慾、外遇的看法，剖析親密關係與資本主義邏輯的糾結。

檢視過去近三十年來本土的兩性關係暢銷書作家的背景，大致可分成以下幾類，(一) 受到社會認可的已婚成功者，如薇薇夫人、楊小雲、王碧瑩、李濤與李豔秋等；(二) 特立獨行，甚至不惜挑戰主流想法的女性，如曹又方¹³、施寄青、洪小喬、黎明柔、女王、陶晶瑩等；(三) 以經營管理專業身份或溝通專家的角度提供建言，如黃明堅、黃越綏、戴晨志、吳淡如、吳若權等。

(一) 成功過來人的諄諄善誘

以第一類作家而言，他們在成為兩性關係暢銷書作家之前，都已經有穩定的婚姻關係，並且是社會認可的成功人士，他們所代表的價值呼應了七、八〇年代以後漸漸強大的中產階級價值觀：雖然女性獲得較高的教育與經濟上的獨立，但是女性仍然不該偏廢其傳統婉約的特質，這些作家普遍追求肯定的是穩定美滿的核心家庭。他們通常會以過來人的身份，扮演諄諄善誘的「導師」形象，給予以女性為主的讀者群適時恰當的意見，讓尋求自我改善、自我惕勵的女性有一個方向指標。

這類作品的風格是通常文章篇幅不是太長，作者以平實親切的風格向讀者娓娓訴說，有時會以友人閒聊探問或個人經驗做為引子，拉近與讀者的距離。這個類型的作者訴諸的並非高高在上的權威，而是樂於傾聽分享的溫柔智慧女性。就形式而言，這類作家與美國專為女性解答困惑的專欄「親愛的艾比」(Dear Abby) 非常相似，她們從女性的角度出發，比較能夠感同身受、設身處地為讀者尋求解決辦法。同樣可歸為此類型，但是是以甜蜜夫妻檔形象出書的是《親愛關係》、《親愛關係 2》，

¹³ 曹又方很早就踏入文壇，同時也是婦運先驅，除了小說、雜文外，亦以女性成長與兩性關係的散文著稱，1974 年曾與施叔青、呂秀蓮合辦「拓荒者出版社」，1979 年出版《開放的女性》，抒發她對女性主義、兩性平等的看法，在當時可算是相當前衛，開風氣之先，但並未引發熱烈迴響。九〇年代起，擔任方智出版社發行人，主要出版兩性成長及新時代心靈書籍，她也以描寫情欲及兩性關係的作品而成為暢銷書排行榜的常客，奠定了「兩性暢銷作家」的地位，知名作品包括有《寫給永恆的戀人》(1989)、《下個男人會更好》(又名《走過愛情》)(1991)、《做個全面成功的女人》(1992)、《做一個有智慧的女人》(1993) 等。她在九〇年代的作品大致還是符合主流想法，不像她的真實人生直接挑戰傳統價值，這在她的自傳裡《靈欲刺青》(2004)、《烙印愛恨》(2009) 有較多的描述。雖然她在九〇年代的作品未必直接與主流想法扞格，此處仍將她歸為第二類作家。

由媒體記者李濤、李豔秋合撰，在九〇年代上半期曾風行一時。在內容上也無非是建議夫妻要互相體諒，建立良好的互動溝通，並且要努力經營親密關係。究其暢銷之原因，或許在於其滿足一般讀者窺探名流私生活的欲望，另一方面也從男女雙方面的角度切入，提供雙薪家庭如何維繫親密關係的簡要方針。總的來說，這個類型的最佳代表首推薇薇夫人，其受歡迎程度可說是迄今未衰。

和六〇年代知名女性專欄作家葉曼相仿的是，薇薇夫人在報紙上的專欄也相當受歡迎，她最早為《聯合報》撰文，針對即是「女性成長問題」，為各個年齡層的女性提供建議，後來專欄文章結集出版為《一個女人的成長》（1985），連續八年進入金石堂的暢銷書排行榜，之後的《一個女人的成熟》（1993）也同樣進入排行榜。由於《一個女人的成長》深受讀者喜愛，2003年遠流出版社又予以修訂重出，雖然未登上任何排行榜，但顯然銷路不差，在2007年也出現四版一刷的佳績。有趣的是，其實她也在1993年出版了《一個男人的成長》，遠流出版公司2007年予以重印發行，不過這本書所受到的注意及銷售數字遠遠不如前者。

由於臺灣自七〇年代開始轉型為工業社會，愈來愈多女性接受更高的教育，也有更多的機會進入職場，除了傳統相夫教子的女性責任外，更擔負起職業婦女的新角色。她強調現代女性必須獨立成熟，無論是在家庭、職場、婚姻等各種人際關係裡扮演各種角色，都必須全力以赴，自重自信與自愛。她為自己的定位在《一個女人的成長》的第一篇裡就說得明白：

讓我做一個橋樑，把縱的橫的經驗作一種溝通或交流。讓那些活得充實愉快的女性為自己的「同類」奉獻力量，不讓千百年來女人專欺壓女人的傳統再繼續下去。這世界上也只有女人活得好時，男人才同樣活得更好，否則，光是爭取女權，很累，也不完全快樂。¹⁴

¹⁴ 薇薇夫人，《一個女人的成長》（臺北：遠流出版社，1985），頁2。

她開宗明義地指出，她的目的不是爭取女權，而是兩性平等對待，女性成長成熟。在八十篇的短文中，有五十餘文章是針對傳統對女性的種種偏見束縛提出批評，強調在新時代裡，女性有機會接受較好的教育，就應該發揮所長，她認為獨立成熟的女性永遠不放棄學習，不管她是全職家庭主婦或是職業婦女，都會以首先成爲一個自信自主的女人爲目標，適切地扮演各個角色（薇薇夫人，1985: 63-68, 105-106）。如果女性在婚後仍然一天到晚追問丈夫「愛不愛我」，恐怕是不成熟、沒自信的表現；此外，「一對成熟的、彼此尊重的夫婦，根本不需要用『同進同出』來『證明』他們之間的情感」（薇薇夫人，1985: 132-34, 142）。她不斷地在文中強調自主空間的重要，也解釋即便兩人的親密世界你儂我儂，仍然要保持一點距離，營造一點神祕色彩，這反而更能保有彼此的吸引力。

紀琇雯針對薇薇夫人的專欄及作品在七〇、八〇年代所扮演的角色，提出了以下的觀察：

薇薇夫人之所以期待專家給予各式指導，筆者認為，不只是反映出當時的中產階級婦女對於問題解決的渴求，更是由於當中國傳統賢妻良母的典範不再完全適用，往往需要其他權威性的指標來注入新血，賦予傳統新義，讓惶惶無所依循的婦女們去追尋。再者，「人生靠自己的力量去創造」這一類的說法，強調個人式對社會劇烈變遷應有相當的心理適應，進而致力於追求自我的發展。¹⁵

這樣的論點其實從當時風行的兩性關係暢銷書書名即可得見一斑，曹又方的《做一個有智慧的女人》（1993、1994 年入榜）、王碧瑩《做他永遠的親密愛人》、《做個風姿綽約的女人》（1993、1994 年入榜），都標

¹⁵ 紀琇雯（研撰），王秀文（指導），《女性專欄作家在台灣的興起：以薇薇夫人爲主軸（1964-1987）》（高雄：高雄醫學大學性別研究所碩士論文，2004），頁 68。

榜了獨立女性追求自我成長，卻又徬徨於女性傳統氣質、不知如何同時滿足家庭及自我的尷尬情境。

對於婚姻的看法，薇薇夫人基本上認為，真正不在乎婚姻的女性少之又少，「大多數女性仍然掙脫不了傳統婚姻制度的陰影，無法像男性那樣真正的灑脫，真正的沒有壓力」（薇薇夫人，1985: 80）。因此，她建議女性還是要把握選擇的智慧，不要排斥婚姻。她承認現下社會對男女地位確實有雙重標準，但有智慧的女性會懂得自我反省，同時了解到制度面的問題，「千百種男性社會中種種的不公平、不合理，也不是一天可以消除的」（薇薇夫人，1985: 86）。對於性的態度，薇薇夫人雖然不是保守的衛道人士，但在當時的社會條件下，她認為「用虛幻的貞節牌坊壓住自己和放浪到性氾濫，同樣都是不正常的人生態度」，「婚姻以外的任何性關係對大多數的女人來說，都隱含著不安、恐懼、迷失與複雜的情緒。也許那可以使一個未婚的女性生理成熟，但在心理上一定困擾多於其他的感受。」（薇薇夫人，1985: 82, 95）若是與稍早一批以男性專家學者主導撰寫的《愛的生活》（1979）比較之下，男性權威者的論述壓制女性、忽視結構問題，薇薇夫人至少承認問題存在，以爭取弱勢權益的角度看來，有了自覺意識，才有可能去凝聚力量，進而改造社會，因此她的作品在臺灣社會轉型，大批受高等教育女性投入職場之際，對於當時的女性確實提供了不少幫助。

（二）美麗壞女人的挑釁誘惑

九〇年代的臺灣社會有了急遽的變遷，根據行政院主計處的統計，已婚婦女走入職場的比例日益增加，一方面是女性更加獨立自主，一方面則是經濟型態轉變。過去贊同男主外女主內的比例有八成，到了九〇年代則降為五成八¹⁶，影響所及，兩性對於親密關係的定義及需求也產生了變化。正如前文提及貝克夫婦及紀登斯的觀察，社會型態的改變同

¹⁶ 引自呂玉瑕、伊慶春，〈社會變遷中的夫妻資源與家務分工：台灣七〇年代與九〇年代社會文化服絡的比較〉，《台灣社會學》No. 10（2005），頁 55。

時也帶來了親密關係的轉變。有關臺灣變遷和家庭結構轉變、女性地位與離婚率等的研究¹⁷均指出，隨著女性經濟獨立，離婚率確實節節升高。當時困擾女性讀者的問題，有不少是女性發現丈夫有外遇，或是年輕女性陷入不倫戀而無所適從。另外，女性外遇的比例也較以往提高¹⁸。如果情欲在過去是個禁忌的話題，隨著解嚴及女性解放運動等發展，長期壓抑而帶來的爆發力從此一發不可收拾。

傳統的三從四德及貞操觀念已漸漸被視為是不合時宜的規範，從女性的角度談性、談身體的兩性書籍自九〇年代起愈來愈普遍。1992 年張老師出版社所出版的《金賽性學報告》三書、1994 年在「反性騷擾大遊行」時喊出口號「我要性高潮，不要性騷擾」的何春蕤，更是將情欲自主議題推向主流媒體的重要助力。此後出版的諸多兩性關係暢銷書也毫不避諱地談論「做愛做的事」（黎明柔，1995b）、「讓我們大膽用身體去愛男人吧！」（洪小喬，1996），到了二十一世紀，甚至有筆名「女王」的作家在書裡特別開闢「慾女論壇」，討論「親愛的，妳高潮了沒？」這樣的話題，或是提出「婚前一定要有性行為」（陶晶瑩，2011）的主張。

這樣的發展與歐美九〇年代後崛起的「後女性主義」論點頗為接近，女性具備經濟獨立的條件，在事業上與男人可以一爭長短，但是仍然可以展現女性魅力，發揮女性特質。通俗小說如《BJ 單身日記》（英文原著 1996 年發行，中譯本 1998 年發行）、電視影集《艾莉的異想世界》（1997-2002 年在美國播映，1998-2003 年在臺灣放映）、《慾望城市》（1998-2004 年在美國播映，1999-2004 年在臺灣放映）便是這種「女力」（girls' power）的代表，對於塑造新的女性形象應該也帶來了推波助瀾

¹⁷ 可參考吳慧靖（研撰），陳婉琪（指導），《工作、經濟獨立、婚姻——女性就業與離婚風險》（臺北：國立臺北大學社會科學院社會所碩士論文，2009）；易漢亭（研撰），陳信木（指導），《台灣地區女性婚姻經驗之生命歷程變遷》（臺北：國立政治大學社會科學院社會所碩士論文，2008）；張佳蓉（研撰），丁乃非、劉人鵬（指導），《過去過去一直來：八〇年代女性小說的情婦書寫》（新竹：國立清華大學文學院中文所碩士論文，2005）。

¹⁸ 可參見 2002 年 8 月《台灣光華雜誌》〈遠離桃色風暴——外遇不要怕〉的報導，頁 20。

的效果。如果早先「女強人」充滿負面的意象，把事業有成的女性刻劃成「男人婆」，此時呈現的女性形象可以「美麗壞女人」為代表。

而在這類作家中，以 1995 年從台北之音電臺的廣播節目「台北非常 DJ」崛起的黎明柔可能是最特別、又最具代表性的人物。她的《非常話題 I——情色男女》、《非常話題 II——做愛做的事》兩書，是將廣播節目裡聽眾 call in 進來和她對話的內容轉為文字，出書不到一個月，即創下六萬本的驚人銷售數字¹⁹。這兩本書和其他的兩性關係暢銷書大不相同之處在於，同樣是設定主題，但是她提供了更開放的園地，讓聽眾直接參與，表達他們的看法。如果過去這類型的作家採用其他人的經歷遭遇，以間接的方式來打動、取信讀者，此處她是更單刀直入地讓這些經歷者在廣播節目中以第一人稱敘述他們的故事。例如《非常話題 II——做愛做的事》第一個主題談「賓館文化」，首先來電的聽眾便是在賓館的一對情侶，之後又有有賓館工作及經常上賓館的男性聽眾，這些「分享」滿足了聽眾及主持人偷窺的心態，但同時也是一個讓一般人有機會直接表達意見的管道。

《商業週刊》社長何飛鵬在序裡說：「這是一個全民參與的經驗分享與心理諮商」²⁰，相當準確地描繪出這兩本書的作用。但是是否任何廣播主持人／作家都可以直入「禁地」呢？黎明柔的節目自開播起，就一直是電臺「最受爭議、又最受歡迎的一個節目」（引自台北之音電臺臺長徐璐）²¹，而這兩本書的出版更延燒了相關話題²²。值得注意的是，媒體及出版社都會強調她的顯赫家世及傲人的學歷，她在掀起非常話題之前，曾在香港的衛星電視中文臺擔任電視節目主持，頂著美國耶魯大學電影系畢業的學歷，單身自主、個人風格突出。她的祖父曾任國防部

¹⁹ 六萬本的銷售數據出自黎明柔的臉書官網，URL=<http://zh-tw.facebook.com/ZOE1022.tw/info>（2012/7/25 瀏覽）；金石堂 1997 年的《出版情報》公布該書 1996 年在金石堂書店的年度銷售量為 14,782 冊。

²⁰ 黎明柔，《非常話題 II——做愛做的事》（臺北：商周出版社，1995），頁 5。

²¹ 黎明柔，《非常話題 II——做愛做的事》（臺北：商周出版社，1995），頁 6。

²² 黎明柔最早在節目中的用語「做愛做的事」，後來成為流行通俗用語即為一例。她的中文句法破碎不完整，議題多半敏感腥羶，卻開啓了主持廣播節目的新風格，也使其成為最受年輕人喜愛的電臺情人之一。參考〈空中電波，新聲換舊聲？〉，《台灣光華雜誌》1997 年 11 月，頁 44-53。

參謀總長、海軍總司令，父親曾任中國國民黨港澳總支部書記長，和其他通俗書籍不同的是，為她作序的個個來頭不小。因此在作者形象塑造上，我把她歸類為具備強大文化資本的「美麗壞女人」，她可以露骨地討論聳動的情色話題，而不至於被「妖魔化」；另外，由於兩本書都出自廣播節目的內容，這個節目本來就只限定在大臺北地區，所以兩書的觀點也強烈地反映出大臺北地區聽眾的看法，有相當明顯的都會風格。

她的節目也經常討論婚姻議題，隨著社會形態轉變，婚姻關係也產生了很大的變化。她和其他兩性專家不同的是，她會直指婚姻中各種複雜因素，邀請聽眾參與討論。例如《非常話題 I——情色男女》一書中，明白與婚姻有關的題目就包括有〈為錢結婚〉、〈性生活次數與婚齡成反比〉、〈有名無實的婚姻〉、〈捉姦〉、〈小老婆〉系列一至三、〈台灣、大陸都有老婆〉，在全書十八篇文章裡佔了四成多，可見婚姻關係確實是一般社會大眾相當關注的熱門話題。²³不過，在書中多數述說婚外情的聽眾仍以男性居多，這未必反映社會現實，事實上，何春蕤的《好色女人》（1998）²⁴即揭示了有不少女性有婚姻出軌經驗，但是女性婚外情確實比男性背負更大的社會道德譴責的包袱，因此女性多半對於其出軌經驗保密到家（彭莉惠，2002）²⁵。

黎明柔當時未婚，但是她對婚姻的看法或多或少開啓了其他的討論空間，她認為女性也有正常的性慾，「如果老公扭扭捏捏，則女人也可以像男人一樣，……向外發展。男人可以有外遇，女人在等什麼？」（黎明柔，1995a：118）她對同性戀也表示支持，鼓勵大家接受。雖然來電的討論未必深刻，但至少是公開坦然地面對這個向來被視為禁忌的話題，也對情慾、性向等課題在媒體上的探討開啓更大的可能性。

這種大膽敢言的美麗壞女人形象到了 2000 年代則以從網路部落格竄起的作家「女王」為代表，她在 2007 年出版了第一本書《我是女王：

²³ 黎明柔，《非常話題 I——情色男女》（臺北：商周出版社，1995）。

²⁴ 何春蕤，《好色女人》（臺北：元尊文化，1998）。

²⁵ 彭莉惠（研撰），張家銘（指導），《女性婚外情慾歷程之研究》（臺北：東吳大學社會科學院社會學研究所碩士論文，2002）。

那些好女孩不懂的事》，在當年度為排名第十三的暢銷書，之後陸續以女王為題，發行多本「女王書」，以嗆辣口吻強調新好女人就是要經濟獨立、敢愛敢恨、情慾自由，不要被傳統婚姻或兩性關係所限制束縛。她擅於運用網絡、電視等媒體，因此從兩性暢銷書作家身份跨界到各類產品代言，躍身為媒體名流，她的作品也和消費文化日益緊密結合。這和安琪拉·麥克洛比（Angela McRobbie）所憂心的後女性主義崇尚消費，不再具有批判反思力道，的確相去不遠。有關後女性主義與兩性關係議題將在下節再敘。

（三）溝通專家的專業建言

九〇年代後期，不僅有愈來愈多的外來翻譯作品提供親密關係指南，本土作家如戴晨志、吳淡如、吳若權等，也分別從管理經營的角度來談親密關係，其中尤以雙吳以暢銷書天王天后之姿，十餘年來出書不斷，主題幾乎不脫談情說愛與經營自我。以吳淡如為例，除了多部愛情小說外，散文著作包括有《認真玩個愛情遊戲》（1995）、《校園戀愛學分》（1995）、《真愛非常頑強》（1996）、《愛情以互惠為原則》（1999）、《乖女孩沒糖吃》（2007）、《做個好情人該懂的事》（2008）數十種。吳若權的寫作生涯也與吳淡如相仿，除了愛情小說外，還有不少戀愛教戰手冊，如《愛在魚水交歡時》（1997/2005）、《那個男人不偷心》（1997）、《誰能讓男人付出真心》（1998）、《愛要有點乖有點壞》（1998）、《愛情左岸》（2001）、《新 Love 學：加點理性更浪漫》（2007）、《劈腿心理學》（2008）、《男人心，迴紋針：激發壞男人的好特質》（2008）、《做感情女王，別做戀愛女僕！》（2009）等共八十餘種。

光從書名看來，即可觀察到近二十年來有趣的轉變。愛情可以是個遊戲，只要短短的也無妨，重點是有過戀愛的經驗，在現代社會裡，天長地久的愛情幾乎是個神話，但人人還是追求愛情。與過去不同的是，如今要在愛情裡致勝，方法可能得有所改變了。現代的教戰手冊告訴我們，即便對女性而言，乖巧順從也不再是個吸引人的特質，反而是有些

霸道、個性強悍，或許還更具有魅力。就內容而言，兩者都擺脫了早期愛要犧牲奉獻的論調，主張先要愛自己，然後才有能力愛別人；也強調愛情並非佔有或控制對方，吳若權甚至問道：「相愛，何必要結婚？」他的結論是既維持獨立自主的生活型態，又能分享親密關係，應該是最理想的，不過兩人若是決定要有小孩，那麼婚姻「絕對是必要的責任與承擔」²⁶。

如果早先這類書籍都是以異性戀當做是不言自明的親密關係前提，吳若權的作品則把同性戀的親密關係也納入討論。一般而言，暢銷書做為一項文化商品，其鼓吹的價值觀通常是與社會主流價值相唱和，當今社會比起過去對同性戀情確實較為開放，但是不容否認的是，異性戀的主流價值仍然主導各種媒體與資訊管道，這也使得他書中針對同志親密關係提出建言忠告，顯得和其他同類作品稍有不同。

隨著九〇年代消費文化愈益主導了一般大眾的生活，書籍不單只是文字作品的展現，更是結合文字、圖像、心理遊戲、網路連結的媒介，不管是吳淡如或吳若權，他們的作品裡都加入愈來愈多的插圖與照片，設計也愈益輕鬆花俏。此時作家已為一種品牌，擁有各自的部落格、廣播及電視節目。兩人也都擁有管理行銷方面的碩士學位，分別以管理溝通專家的身份為多情男女指點迷津。有趣的是，吳若權在面對有人質疑他未婚，如何提供建議時，他的反應是：「沒聽說過『溝通技巧』還有『已婚』和『未婚』之分的。」²⁷

這樣的操作與經營模式，與英美眾多兩性關係暢銷作家的做法並無二致，特別值得注意的不同點在於，國外兩性勵志類作家往往還有廣大的諮商網絡，如以《男女大不同》系列大賣的美國暢銷作家葛瑞（John Gray）即進一步成立講習班，除了書籍、相關影音產品外，並設立提供輔導、諮商和兩性交流的龐大網絡，這與美國中產階級極度仰賴心理諮商有關。在臺灣，或許婚姻心理諮商還不是那麼普遍，一般升斗小民仍

²⁶ 吳若權，《誰能讓男人付出真心》（臺北：方智出版社，1998），頁 175-79。

²⁷ 吳若權，《愛在魚水交歡時》（臺北：方智出版社，2005），頁 2。

然以書籍做為這方面主要資訊來源，因此這類書籍的教戰守則意味也分外濃厚。

這和吉普妮斯書中所討論的現象不謀而合，這類暢銷書的教戰守則提供讀者行動方針，讓讀者相信，只要接納這些專家建議按表操課，與親密愛人的關係自然會獲得改善，自己也能成為一個更好的人，在現代的工業社會下快樂幸福地生活。吉普妮斯則是批判親密關係的資本主義生產模式：「在勞力密集的親密關係裡，『努力為關係付出』，讓每個人都得要輪兩班工時。或者我們應該直接用企業用語，說這是『垂直整合』：同樣的強迫加班及多變指令，穿著禮儀及態度評量，那些可怕的年度考績評量——別忘了還有『達到性高潮』」（蘿拉·吉普妮斯，2010：26）。企業用語早已滲透到親密關係之中，並且成為最高指導原則，彷彿在工業化現代社會裡，只要有管理經營的概念，人生便能無往不利，不論是事業家庭，一切都在自己的掌握之中。

四、「悖」愛：愛情的違反／謬誤／迷惑／遮掩

依照《辭源》對「悖」的解釋是（1）違反，逆亂；（2）謬誤；（3）迷惑；（4）遮掩，本論文試圖以「悖」來詮釋吉普妮斯論述的「against」，從這樣的觀點看來，「against love」便有了「違反愛情」、「錯誤的愛情」、「對愛情迷惑」或「遮掩愛情」等不同涵義。兩性關係勵志書原本的功能在於提綱挈領，使讀者有規則可循，並以為就此可以找到真愛，維持天長地久的親密關係。批評家則點出這套愛情論述有可能是迷惑悖反，以愛之名行違背愛情之實，透過規訓和自我要求，使每個個人都能找到美好穩定的親密關係，同時成為「社會上有用的人」，亦即傅柯所說的「useful body」，以便融入整個資本主義工業社會的生產線。不論是親密關係或工作崗位，每個人都能馴服歸順，發揮最大效率，以獲得符合現代社會要求期待的美滿人生。

從這些學者的討論，我們可以歸結出，由於這類書籍的定位，基本上是以中產階級價值觀為核心，同時都是以個人自律、自我改進做為出發點，因此社會結構、社會階級、資源分配不均、性別分工不平等的問題，通常並不在討論或關心之列。無論是葉曼女士、薇薇夫人依循「婦女信箱」模式，李濤與李豔秋的「成功過來人」姿態，或是黃越綏、吳淡如的管理經營觀點，基本上還是強調以個人的角度出發，藉由提昇、改善自我，以追求美好的親密關係。即使以「美麗壞女人」形象出發的兩性關係暢銷書作家宣揚獨立自主的重要性，與其糾結在一段不健康的親密關係裡，還不如勇敢擁抱單身，做個快樂的現代女性，但是這類作品仍然或多或少地鼓吹著「下一個男人會更好」的論調，卻未對社會結構本質上的限制提出批評。

我們也可以看到這些作者都有類似的背景：高學歷（不少作者有管理溝通相關學位，以及數年的國外生活經驗）、舉止合宜的行為與討人喜愛的外在，在階級的保護下，比較容易從個人主義的觀點看待周遭事物，相信透過自我改變，就能擁有一個美好的未來和完滿的親密關係，他們往往忽略了結構上的不平等，以及性別分工、對情感需求不同所造成種種的衝突與矛盾。

值得一提的是，何春蕤早在二十年前就對報紙的婦女家庭版及婦女雜誌有所批判。她認為婦女版是女人的鴉片煙，內容無非是要女人犧牲自我或是學習妝點打扮，所刊出的大抵是軟性文章，即便對成功婦女的報導也多半強調他們如何能夠「家庭與事業兼顧」。她強調在現實歷史條件沒有改變之前，婦女版不可能消失，我們該努力的是如何轉化這個版面，使這個園地成為「前進的、批判的、自省的媒介」²⁸。如果說兩性勵志暢銷書是婦女／家庭版的一種延伸，似乎並不為過，只不過隨著親密關係的轉變，讀者未必局限於女性（吳若權的作品便是例證）。那麼，這樣的文類所負載的功能，應該像紀登斯所試圖勾勒的景況，提供一個民主、開放、協商的園地。用何春蕤在《好色女人》的話說，就是

²⁸ 卡維波、何春蕤，《為什麼他們不告訴你：性政治入門》（臺北：方智出版社，1990），頁 143-144。

「我們首先需要改變那些限定女人命運的文化腳本。我們需要發掘和創造更多不一樣的情慾文化腳本，讓眾多女人都能用各自情慾生命中的單薄或厚實來衝垮傳統女性人生的單一道路」²⁹。

如紀登斯和貝克夫婦所述，現代化進程的結果之一便是對個人主體性的推崇重視，以及隨之而來，親密關係的重新定義與轉變。然而，個人畢竟是社會的一份子，個人身份認同仍然在各方面受到社會各種體制的建構與影響，因此，無論是吉普妮斯或何春蕤等性別研究方面的學者，都強調「現實世界的變革」，並且對資本主義工業社會的操作邏輯提出具有批判性及反思性的解析。麥克洛比在《女性主義的後果：性別、文化和社會變遷》(*The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, 2009) 批評紀登斯和貝克夫婦過於強調個人主體的自由和選擇，忽略了女性主義思潮和女性解放運動為女性帶來的諸多權利，同時也認為現今主流文化和政治論述有抹滅女性主義、僅向消費文化靠攏的趨勢。這可以從近來這類暢書作家也躍身成為產品代言人，彷彿掌握消費力量，就掌握了幸福人生及美好親密關係的鎖鑰。這是整個消費文化對民主社會個體最大的衝擊，同時也剝奪了其他論述的討論空間。

澳洲學者赫索登 (Rebecca Hazleden) 也批評紀登斯過於強調這類書籍民主化的力量，但是她也不同意批評者將這類書籍視為純粹只是經濟與政治壓迫勢力的工具，她試圖解釋這類書籍可能形成某種有建設性的論述力量，讓讀者和外在世界產生某種連結與表達方式，這樣的改變為讀者帶來新的能力、自信與表述方式³⁰。另外，加拿大社會學家林克 (Heidi Marie Limke) 對於這類勵志作品抱持較為激進而悲觀的態度，她援用傅柯「自我科技」(technologies of the self) 的觀點，認為這類作品只是加強馴化人民，最終的結果是人民喪失了自主性³¹。

²⁹ 何春蕤，《好色女人》(臺北：元尊文化，1998)，頁 213。

³⁰ Rebecca Hazleden, "The Relationship of the Self with Itself in Contemporary Relationship Manuals," *Journal of Sociology* 39.4 (2003): 413-428.

³¹ Heidi Marie Limke, "Governing Citizens through Self-help Literature," *Cultural Studies* 14.1 (2000): 61-78.

兩性關係勵志暢銷書最大的共同點即是把一些公領域的問題轉化成私領域的問題，諸如兩性的工作競爭與升遷機會、育嬰托嬰的機制與福利、健保制度等，過去都被內化成家庭自行負擔解決。於是絕大部分的女性（傳統的主內者）和愈來愈多的男性（未必能從工作得到絕對的滿足）從這類書籍尋求解答，希望透過改善自我，也能得到美好完滿的親密關係。然而，親密關係從來不只是兩個人的事而已，還涉及了長期相處、經濟與家事分擔、個人事業追求、養育小孩（如果有孩子的話）等複雜問題。

總結上述學者專家的論點，兩性關係勵志書籍確實與資本主義工業社會規訓個人與家庭密不可分，但這類書籍做為一種特定的文類，倒也未必只是意識形態國家機器的傳聲筒，隨著親密關係的轉變，這類書籍也有可能形成某種論述空間，鬆動公／私領域的二元對立，或許能夠促成陽剛氣質和陰柔氣質的匯流與對話。勵志書籍的作者及讀者做為這類產品的生產者和消費者，可以採用批判省思的角度，賦予這類作品更大的顛覆體制與質疑權威的力量。不容否認的是，兩性關係勵志暢銷書是資本主義社會的產物，但我們或許可由霍爾（Stuart Hall）解構通俗文化的「通俗」（the popular）一詞而得到啓發。霍爾認為，「通俗」並不是一個同質的、完整而自主的概念，因為與「大眾」緊密結合，就一定受商業完全主導，或是自然而然就具有批判精英立場的力量，無論是收編或抵抗，恐怕都是太過簡化的解讀。重點是「通俗」文化研究的核心向來在於其「轉變」，接收者如何詮釋通俗文化成品，如何加以運用，這才是最值得關注的（Hall 1981/1998: 443, 453）。這樣的文類固然滿足了市場需求，但也有可能成為質疑批判傳統兩性關係的有效門徑。本文剖析了臺灣兩性勵志暢銷書數十年來的發展情況，以臺灣的出版情況與社會變遷來看，不同階段的兩性勵志暢銷書在不知不覺中消融、或幫助降低「處女情結」，對「劈腿」關係提出更開放的解讀，可說是積極或消極地改變了現今的兩性關係，或許透過更多的討論和批判，我們可

以看到更多樣化的兩性關係勵志暢銷書，而在深入反思後，也許二十一世紀的現代主體有可能更加了解愛的真諦。

參考書目

- 卡維波、何春蕤，1990，《為什麼他們不告訴你：性政治入門》，臺北：方智出版社。
- 何春蕤，1994a，〈女人當然要性解放〉，《婦女雜誌》3月號，頁63-64。
- 何春蕤，1994b，《不同國女人：性／別、資本與文化》，臺北：自立晚報。
- 何春蕤，1994c，《豪爽女人：女性主義與性解放》，臺北：皇冠。
- 何春蕤，1995，〈情慾文化〉，《張老師月刊》No. 2，頁132-134。
- 何春蕤，1998，《好色女人》，臺北：元尊文化。
- 何春蕤，2001，〈反思與現代親密關係〉，紀登思（Anthony Giddens）著，周素鳳譯，《親密關係的轉變：現代社會的性、愛、慾》（*The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love, and Eroticism in Modern Societies*）導讀，臺北：巨流，頁iii-xvii。
- 呂玉瑕、伊慶春，2005，〈社會變遷中的夫妻資源與家務分工：台灣七〇年代與九〇年代社會文化服絡的比較〉，《台灣社會學》No. 10，頁41-94。
- 李根芳，2007，〈翻譯類暢銷書在台灣的文化政治〉，輯於胡庚申主編，《翻譯與跨文化交流：轉向與拓展——首屆海峽兩岸翻譯與跨文化交流研討會論文集》。上海：上海外語教育出版社，頁176-190。
- 李根芳，2010，〈台灣兩性關係暢銷書的翻譯與性別再現〉，《廣譯》No. 3（Jan.），頁21-42。
- 蘿拉·吉普妮斯（Laura Kipnis）著，李根芳譯，2010，《反對愛情：那些外遇者教我的事》（*Against Love: A Polemic*），臺北：行人。
- 邱貴芬，1998，《「（不）同國女人」聒噪》，臺北：元尊文化。

吳慧靖（研撰），陳婉琪（指導），2009，《工作、經濟獨立、婚姻——女性就業與離婚風險》，臺北：國立臺北大學社會科學院社會所碩士論文。

吳若權，1998，《誰能讓男人付出真心》，臺北：方智出版社。

吳若權，2005，《愛在魚水交歡時》，臺北：方智出版社。

易漢亭（研撰），陳信木（指導），2008，《台灣地區女性婚姻經驗之生命歷程變遷》，臺北：國立政治大學社會科學院社會所碩士論文。

紀琇雯，2004，《女性專欄作家在台灣的興起：以薇薇夫人為主軸（1964-1987）》，高雄：高雄醫學大學性別研究所碩士論文。

張佳蓉（研撰），丁乃非、劉人鵬（指導），2005，《過去過去一直來：八〇年代女性小說的情婦書寫》，新竹：國立清華大學文學院中文所碩士論文。

張淑麗，1994，〈解構與建構之後：女性雜誌、女性主義與大眾文化研究〉，《中外文學》23.2，頁 110-125。

張娟芬，1997，〈《豪爽女人》誰不爽？——社運觀點的情慾對話〉，輯於何春蕤編，《呼喚台灣新女性：豪爽女人誰不爽》，臺北：元尊文化

彭莉惠（研撰），張家銘（指導），2002，《女性婚外情慾歷程之研究》，臺北：東吳大學社會科學院社會學研究所碩士論文。

詹宏志，1990，〈九〇年代女性新特質〉，原刊於《哈潑》創刊號，轉載於《出版情報》No. 23，頁 4-5。

黎明柔，1995a，《非常話題 I——情色男女》，臺北：商周出版社。

黎明柔，1995b，《非常話題 II——做愛做的事》，臺北：商周出版社。

樊洛平，2006，《當代台灣女性小說史論》，臺北：臺灣商務印書館。

薇薇夫人，1985，《一個女人的成長》，臺北：遠流出版社。

行政院主計處與女性議題有關之統計專題分析網頁。

URL=<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=835&ctNode=3259>。

（2010/11/26 瀏覽）

- Appadurai, Arjun, 1996, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis: U of Minnesota P.
- Beck, Ulrich & Elisabeth Beck-Gernsheim, 1995, *The Normal Chaos of Love*, trans. Mark Ritter and Jane Wiebel, Cambridge: Polity.
- Blum, Virginia L., 2005, "Love Studies: Or, Liberating Love," *American Literary History* 17: 2(Summer): 335-348.
- Bourdieu, Pierre, 1993, *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, ed. R. Johnson, New York: Columbia UP.
- Dolby, Sandra K., 2008, *Self-Help Books: Why Americans Keep Reading Them*, Urbana and Chicago: U of Illinois P.
- Ehrenreich, Barbara & Deirdre English, 1978/2005, *For Her Own Good: Two Centuries of the Experts' Advice to Women*, revised ed., New York: Anchor.
- Evans, Mary, 2003, *Love: An Unromantic Discussion*, Cambridge: Blackwell.
- Giddens, Anthony, 1992, *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*, Cambridge: Polity.
- Hall, Stuart, 1981/1998, "Notes on Deconstructing 'the Popular'," *Cultural Theory and the Popular Culture: A Reader*, ed. John Storey, London: Pearson/Prentice Hall.
- Hazleden, Rebecca, 2003, "The Relationship of the Self with Itself in Contemporary Relationship Manuals," *Journal of Sociology* 39.4: 413-28.
- Hazleden, Rebecca, 2004, "The Pathology of Love in Contemporary Relationship Manuals," *The Sociological Review* 52.2: 201-17.
- Hochschild, Arlie Russell, 1994, "The Commercial Spirit of Intimate Life and Abduction of Feminism: Signs from Women's Advice Books," *Theory, Culture and Society* Vol. 11, No. 2: 1-24.

- Hochschild, Arlie Russell, 2003, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, 20th anniversary edition, Berkeley: U of California P.
- Illous, Eva, 2008, *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*, Oxford: Oxford UP.
- Jamieson, Lynn, 1999, "Intimacy Transformed? A Critical Look at the 'Pure Relationship'," *Sociology* 33.3: 477-494.
- Kipnis, Laura, 2003, *Against Love: A Polemic*, New York: Pantheon.
- Korda, Michael, 2001, *Making the List: A Cultural History of American Bestsellers, 1900-1999*, New York: Barnes and Noble.
- Lichterman, Paul, 1992, "Self-Help Reading as Thin Culture," *Media, Culture and Society* 14.3: 421-47.
- Limke, Heidi Marie, 2000, "Governing Citizens through Self-help Literature," *Cultural Studies* 14(1): 61-78.
- McGee, Micki, 2005, *Self-Help, Inc.: Makeover Culture in American Life*, Oxford: Oxford UP.
- McRobbie, Angela, 2009, *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, London: Sage.
- Simonds, Wendy, 1992, *Women and Self-Help Culture: Reading between the Lines*, New Brunswick, NJ.: Rutgers UP.
- Slater, Don, 1997, *Consumer Society and Modernity*, Cambridge: Polity P.
- Starker Steven, 1989/2009, *Oracle at the Supermarket: The American Preoccupation with Self-Help Books*, 4th printing, New Brunswick: Transaction.
- Sutherland, John, 2007, *Bestsellers: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford UP.